

Überzeugen mit Ausstrahlung

Die Kunden emotional binden, rational überzeugen – und das alles mit viel Ausstattung. Daran kann man arbeiten, auch als Chef.

Wer durch Fakten überzeugt, argumentiert rational. Fakten werden genannt, Hintergrundinformationen bereitgestellt, die praktische Umsetzbarkeit verdeutlicht (z.B. anhand eines Beipackzettels), Vor- und Nachteile werden gegeneinander abgewogen. Diesen Stil bevorzugen vor allem kopfgesteuerte Analytiker. Wer durch Vision überzeugen will, versucht aufzuzeigen, wo es mittel- oder langfristig hingehet. Das kann in Form einer Vision sein oder – im Alltag

Fazit:

- Die Vielfalt der Überzeugungsstile macht das Plus im HV-Gespräch aus.
- Wer sich selbst akzeptiert, strahlt positiv aus.
- Der Hinweis auf Regeleinhaltung stärkt die Compliance.

einer HV-Beratung besonders wichtig – in Form einer klaren Zielvorgabe („Bis zum Tag X müssen Sie eine Besserung spüren.“). Für diesen Stil bedarf es mehr Phantasie als beim Analytiker.

Überzeugen durch Sympathie und Empathie

Wer diesen Stil anwendet, versucht die Distanz zwischen sich und dem Kunden zu verringern und eine emotionale Verbundenheit herzustellen. Angewendet werden können Appelle an die Nützlichkeit, Loben und Anerkennen, Auflockerung durch positive Formulierungen vor dem eigentlichen Anliegen oder Ansprechen von Stimmungen. Das ist die Welt vieler PTA-Mitarbeiterinnen. Dieser Überzeugungsstil darf in keiner Apotheke fehlen.

Wer durch Regeleinhaltung überzeugen will, setzt auf Normen und Werte. Das kann auf einer abstrakten Ebene sein oder sich auf Apothekenwerte („Wir sind die Traditionsapotheke für Naturprodukte“) oder Spielregeln beziehen („Wenn das Gerät nicht funktioniert, informieren Sie mich sofort.“). Dieser Stil fördert die Compliance und sollte deshalb nicht unterdrückt werden.



Regina Först: „Wir können Ziele nur erreichen, wenn wir sie aus Liebe zu uns selbst anstreben und nicht etwa aus Angst, nicht mithalten zu können.“

In Teamsitzungen kann auch das Überzeugen durch Druck zum Tragen kommen. Wer diesen Stil benutzt, überzeugt nicht wirklich, sondern setzt sich durch. Auch das ist im Alltag einer jeden Führungskraft gelegentlich nötig, sollte dann aber bewusst und richtig dosiert angewandt werden.

Welcher Überzeugungsstil passt nun zu welcher Kundensituation? Ideal ist es, den Kundentyp zu kennen und seine Kommunikations- und Einstellungsebene wiederzugeben, also zu spiegeln. Das wird trotzdem immer eine Mischung aus verschiedenen Überzeugungsstilen sein, aber mit dem Schwerpunkt auf der analytischen oder emotionalen Ebene. Wie sollte ein HV-Team zusammengesetzt sein? Auf alle Fälle auch so, dass mehrere Überzeugungsstile vertreten sind. Noch besser ist es, wenn sich die HV-Mitarbeiter regelmäßig auf die unterschiedlichen Kundenstile einstellen können.

Hohe Schule: Mehr Ausstrahlung

„Ausstrahlung ist eine innere Qualität, die sich nach außen präsentiert. Wer ernsthaft sein Charisma verbessern möchte, vor dem liegen 80 Prozent innere Arbeit und 20 Prozent äußerliche Veränderungen, wie Kleidung, Farben, Frisur, Haltung und Stimme“, sagt Deutschlands

bekannteste Ausstrahlungs-Expertin, Bestseller-Autorin und Unternehmensberaterin Regina Först. „Das Ziel ist, zu finden, was in unserem Inneren leuchtet und einen Weg nach außen sucht.“ Regina Först sieht sich dabei als Reiseleiterin, die einige Abkürzungen kennt. In ihren Seminaren zeigt sie, wie man zu sich selbst findet und dann mit einer eventuell neuen Ausrichtung an Charisma gewinnt (siehe Kasten). Perfekter Überzeugungsstil, besser Einstellen auf Kunden und etwas mehr Ausstrahlung – das ist die Traum-Konstellation für jedes HV-Team.

■ Klaus Hölzel

Seminar: Erfolg hat, wer sich selbst folgt: „Von innerer Klarheit zu kraftvoller Ausstrahlung“

Leitung:

Regina Först

Seminarort:

Landhotel Dreiklang, Norderstraße 6, 24568 Kaltenkirchen

Seminartermin:

Start: 26.10.2012 um 16 Uhr Ende: 28.10.2012 um 16 Uhr

Inhalte:

Mit welchen Werten will ich leben, und was hindert mich daran? Wie befreie ich mich aus Monotonie und Stagnation? Was raubt mir Energie, und wie fülle ich mein vitales Konto auf?

Komme ich so rüber, wie ich sein will? Wie nehmen mich die anderen wahr? Was ändere ich in meinem Auftreten? Wie lerne ich, bei Unerwünschtem Nein zu sagen? Wie erweitere ich meine Grenzen für das, was mir Spaß macht? Wie erhalte ich mir den Schwung – heute, morgen, immer wieder?

Kosten: 990,00 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer, Hotel- und Verpflegungskosten.

Anmeldung:

regina-bergner@people-foerst.de oder 04322 / 692345.